

Trendrapportage Marktwerving en Consumentenvertrouwen in de energiemarkt

Tweede halfjaar 2014



Autoriteit
Consument & Markt





Samenvatting

Meer overstappers, met een grote intentie om nogmaals over te stappen

In 2014 is iets meer dan 13% van de consumenten overgestapt naar een andere energieleverancier. Daarmee blijft de overstaptrend sinds 2010 licht stijgende. Overstappende consumenten zijn eerder bereid nogmaals over te stappen. Deze groep consumenten geeft in ruime meerderheid (72%) aan waarschijnlijk of misschien binnen nu en twee jaar weer over te stappen. Driekwart van de niet overstappende consument blijft niet bereid om een overstap te gaan maken. De groep consumenten die overstapt blijft dan ook even groot; iets minder dan de helft van alle consumenten heeft sinds 2004 een overstap gemaakt van leverancier of is van contract gewisseld bij zijn eigen leverancier. In Europees perspectief behoort Nederland inmiddels tot respectievelijk de top 4 (voor elektriciteit) en de top 2 (voor gas) als het gaat om het percentage overstappende consumenten en scoort ruim boven het EU-gemiddelde van 6%.

Consumenten zijn tevreden energiekanten

Energiebedrijven hebben tevreden klanten. De eigen energieleverancier wordt zeer goed beoordeeld als het gaat om tevredenheid over de dienstverlening. Overstappende consumenten zijn in overgrote meerderheid (96%) tevreden over de afhandeling daarvan. Ook over de facturering zijn consumenten in meerderheid tevreden (94%). Over de energiemarkt als geheel zijn consumenten minder positief. Minder dan een vijfde van de consumenten geeft aan vertrouwen te hebben in de energiemarkt.

Prijs blijft de belangrijkste overstapprikkel

De meeste consumenten zijn met lage prijzen over te halen voor een overstap. De prijsdrempel om over te stappen is in het laatste halfjaar van 2014 ook lager geworden. Bij een overstap wensen consumenten gemiddeld €185 te besparen. Zij schatten echter in dat de daadwerkelijke besparing gemiddeld €131 is. Andere aspecten dan prijs spelen bij een overstap ook een rol, maar zijn minder belangrijk. Consumenten die langer dan drie jaar geleden zijn overgestapt, en sindsdien niet meer, zijn ook vanwege de duurzaamheidsredenen overgestapt. Interne overstappers zijn van contract gewisseld omdat ze zijn benaderd met een persoonlijk aanbod van de leverancier.

Misvattingen over de energiemarkt zorgen voor overstapdrempel

Websites van energieleveranciers en prijsvergelijkers zijn de meest gebruikte kanalen voor consumenten om informatie te verzamelen. Over prijsvergelijkers bestaat bij een meerderheid van de consumenten (56%) het idee dat je niet hoeft over te stappen indien je huidige leverancier bij de voordeligste aanbieders staat. Dit is in de meeste gevallen een onterechte aanname, die zorgt voor een verhoging van de overstapdrempel. Een meerderheid van de consumenten (51%) associeert overstappen met gedoe, terwijl de groep overstappende consumenten juist zeer tevreden is met de afhandeling van een overstap. Veel consumenten (57%) kiezen het contract voor energie dat ze nu hebben boven het contract dat men kan



krijgen bij een overstap. Deze handhaving van de status-quo situatie zorgt ook voor een overstapdrempel. Tot slot blijkt dat de omgeving een stimulerende rol kan hebben bij een overstap, maar is energie geen onderwerp van discussie met familie of vrienden.

Prijzen dalen, concentratie ook

Zowel elektriciteit als gas is goedkoper geworden in 2014. Een gemiddeld huishouden in Nederland betaalt op 1 januari 2015 ongeveer €40 minder voor de energierekening dan een jaar eerder. Niettemin beoordelen de meeste consumenten de energieprijzen als hoog. De verschillen in energiekosten kunnen voor een gemiddeld huishouden flink uiteenlopen. Indien consumenten gebruik maken van het meest voordelige aanbod op een prijsvergelijker dan kan het verschil tussen het goedkoopste en duurste contract oplopen tot €420. Dit geldt met name voor consumenten die nog nooit zijn overgestapt en een relatief duur contract hebben bij hun energieleverancier.

De energiemarkt voor consumenten blijft een geconcentreerde markt. De drie grootste energiebedrijven hebben bijna 80% van de markt in handen. Sinds januari 2012 daalt het marktaandeel van de grote drie energiebedrijven wel geleidelijk.



Inleiding en leeswijzer

Doel van dit energierapport

In deze rapportage treft u de ontwikkeling aan van een aantal kernindicatoren van de energiemarkt voor consumenten. Het doel hiervan is om u een actueel inzicht te geven in belangrijke trends op de energiemarkt voor consumenten.

Aanpak en indicatoren

De rapportage brengt aan de hand van een aantal kernindicatoren de marktuitskomsten en structuur van de consumentenmarkt voor energie in kaart en het gedrag van de consument.¹ Het geeft de ontwikkeling van de markt weer middels een aantal figuren en feitelijke gegevens over achtereenvolgens het vertrouwen van de consument in de energiemarkt en de tevredenheid van de dienstverlening van het energiebedrijf, de vraag naar producten, de prijzen en prijsverschillen, het overstapgedrag van de consument en de concentratie van de energiemarkt voor consumenten.

¹ Voor dit rapport zijn twee hoofdbronnen gebruikt. Enerzijds is gebruik gemaakt van informatie afkomstig van energieleveranciers, anderzijds is gebruik gemaakt van het consumentenonderzoek dat de ACM laat doen, namelijk in juni en december van elk jaar. Dit onderzoek is recentelijk gewijzigd, waardoor de vergelijking met voorgaande jaren in sommige gevallen mist.



Inhoudsopgave

1	Tevredenheid en vertrouwen van de consument.....	6
1.1	Vertrouwen en tevredenheid dienstverlening	6
2	Overstappen.....	8
2.1	Aandeel overstappers en overstapbereidheid	8
2.2	Redenen om over te stappen	11
2.3	Overstapdrempels	12
2.4	Consumentenpercepties en de energiemarkt.....	13
3	Informatiebehoefte	16
4	Producten	18
4.1	Duurzame producten	18
5	Prijzen en prijsverschillen	19
5.1	Opbouw energierekening.....	19
5.2	De energieprijzen: perceptie consument	19
5.3	Prijzen elektriciteit en gas	19
5.4	Prijsverschillen	21
6	Concentratie van de markt	23

Lijst van Figuren

Figuur 1	Consumentenvertrouwen in energieleveranciers (% van alle consumenten)	6
Figuur 2	Tevredenheid over de dienstverlening eigen energiebedrijf (% van alle consumenten) 7	
Figuur 3	Overstapperpercentage per jaar voor elektriciteit en gas tot 1 januari 2015 (bron: Energie-Nederland)	8
Figuur 4	Aantal malen dat consumenten overstappen (% van het totaal aantal overstappende consumenten)	10
Figuur 5	Bereidheid om binnen nu en 2 jaar over te stappen naar een andere energieleverancier (% van alle consumenten)	11
Figuur 6	Aanleiding om een overstap te overwegen (basis: alle respondenten die (ooit) zijn overgestapt of zijn overgestapt bij hun eigen energieleverancier).	11
Figuur 7	Redenen om toch in actie te komen – niet overstappers (% consumenten die nog nooit zijn overgestapt naar een andere energieleverancier)	12
Figuur 8	Prijsdrempel voor het maken van een overstap naar een andere leverancier (% consumenten die zullen overstappen op basis van prijsvoordeel)	13
Figuur 9	Stellingen over consumenten en overstappen (% van alle respondenten).....	14
Figuur 10	Stellingen over consumenten en overstappen (% van alle respondenten).....	14
Figuur 11	Gebruikte informatiebronnen (basis: alle respondenten die zijn overgestapt (bij hun eigen energieleverancier) of zich alleen hebben georiënteerd.....	16



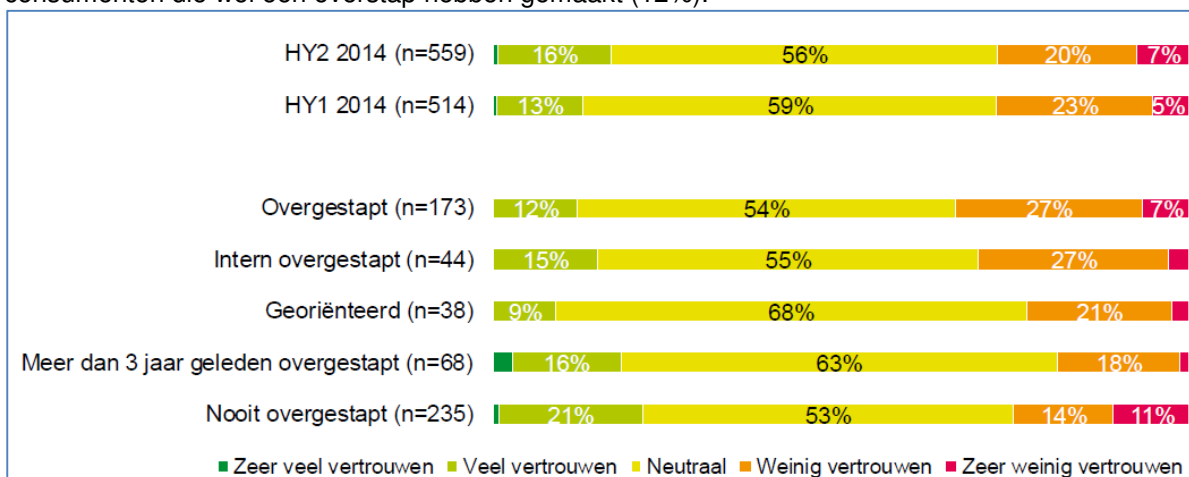
Figuur 12 Kanaal afsluiten contract (basis: alle respondenten die zijn overgestapt)	17
Figuur 13 Vergelijkbaarheid en begrijpelijkheid informatie op prijsvergelijkers (basis: alle consumenten die zich hebben georiënteerd via een prijsvergelijker)	17
Figuur 14 Soort contract naar looptijd, afname door consument (bron: leveranciers)	18
Figuur 15 Groene en grijze stroomcontracten voor huishoudelijke afnemers (bron: leveranciers)	18
Figuur 16 Opbouw energierekening voor een gemiddeld huishouden op 1 juli 2014	19
Figuur 17 Ontwikkeling gemiddelde jaarkosten voor grijze stroom voor een gemiddeld huishouden	20
Figuur 18 Ontwikkeling gemiddelde jaarkosten voor gas voor een gemiddeld huishouden	21
Figuur 19 Prijsverschillen van alle dual fuel contracten op twee prijsvergelijkers (peildatum maart 2015)	22
Figuur 20 Ontwikkeling van de C3-index sinds de marktopening (bron: leveranciers)	23
Figuur 21 Ontwikkeling van de HHI sinds de marktopening (bron: leveranciers)	24



1 Tevredenheid en vertrouwen van de consument

1.1 Vertrouwen en tevredenheid dienstverlening

Van alle consumenten vindt ruim een kwart dat dat energieleveranciers het belang van klanten niet voor ogen heeft (figuur 1). Consumenten die nog nooit zijn overgestapt naar een andere energieleverancier hebben significant meer vertrouwen (21%) in energieleveranciers dan consumenten die wel een overstap hebben gemaakt (12%).

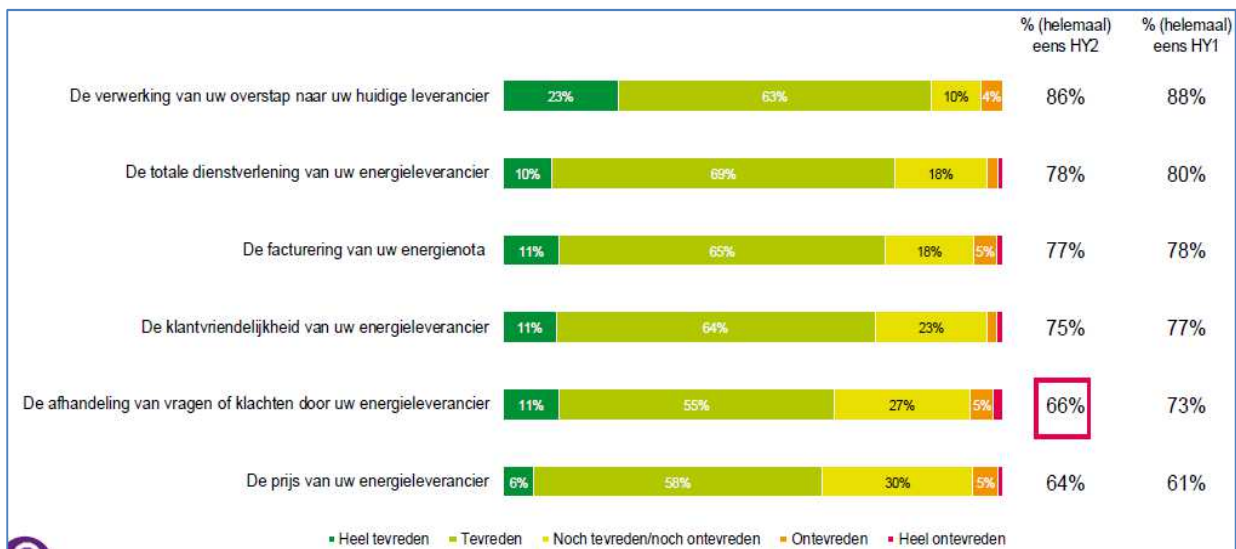


Figuur 1 Consumentenvertrouwen in energieleveranciers (% van alle consumenten)²

Net als voorgaande jaren wordt de dienstverlening van de huidige leverancier goed gewaardeerd. Van de totale groep consumenten is slechts 3% ontevreden over de totale dienstverlening van de huidige leverancier (figuur 2). Onderverdeeld naar de verschillende aspecten zijn consumenten relatief het minst tevreden over de prijs van de huidige leverancier. De overstappende consument is zeer te spreken over de afhandeling daarvan, slechts vier procent is daar ontevreden over. Ten opzichte van de eerste helft van 2014 is het aandeel consumenten dat tevreden is over de afhandeling van vragen en klachten in de tweede helft van 2014 gedaald van 73% naar 66%.

6/24

² Vraag: In hoeverre heeft u er vertrouwen in dat energieleveranciers het belang van klanten scherp voor ogen houden?
U kunt hierbij o.a. denken aan het bieden van een goede prijs-kwaliteitverhouding en het bieden van een goede dienstverlening.



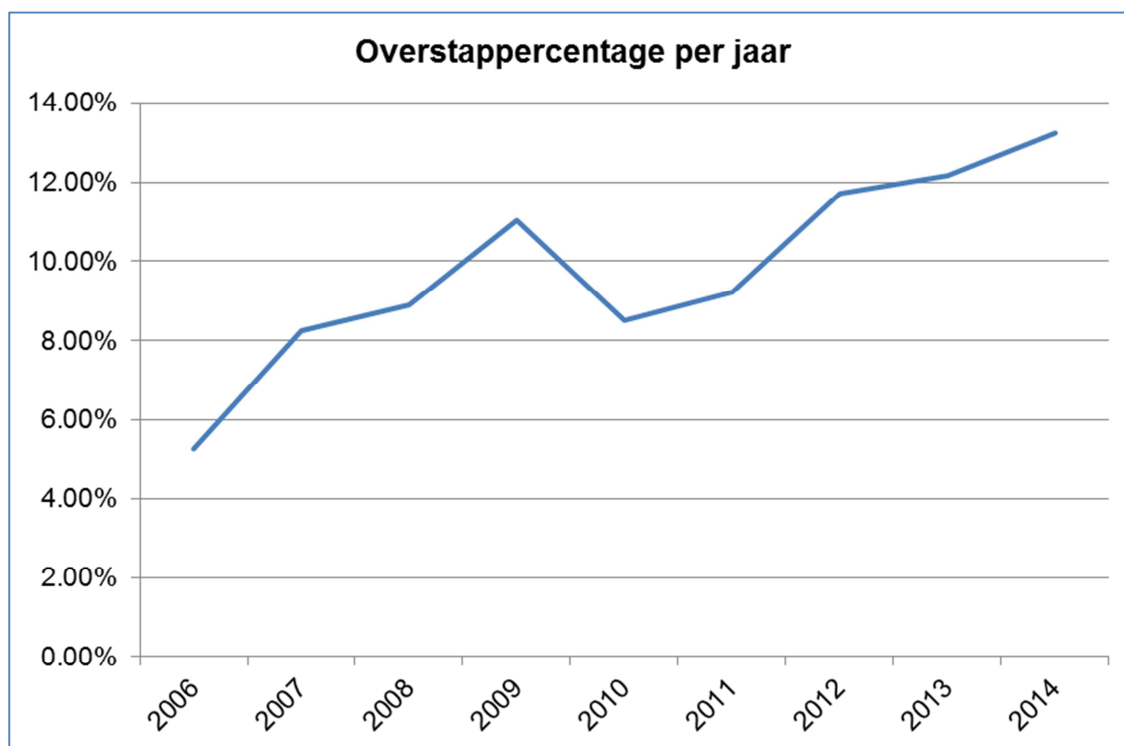
Figuur 2 Tevredenheid over de dienstverlening eigen energiebedrijf (% van alle consumenten). Een rood omkaderd getal geeft een significant verschil aan tussen de twee metingen.



2 Overstappen

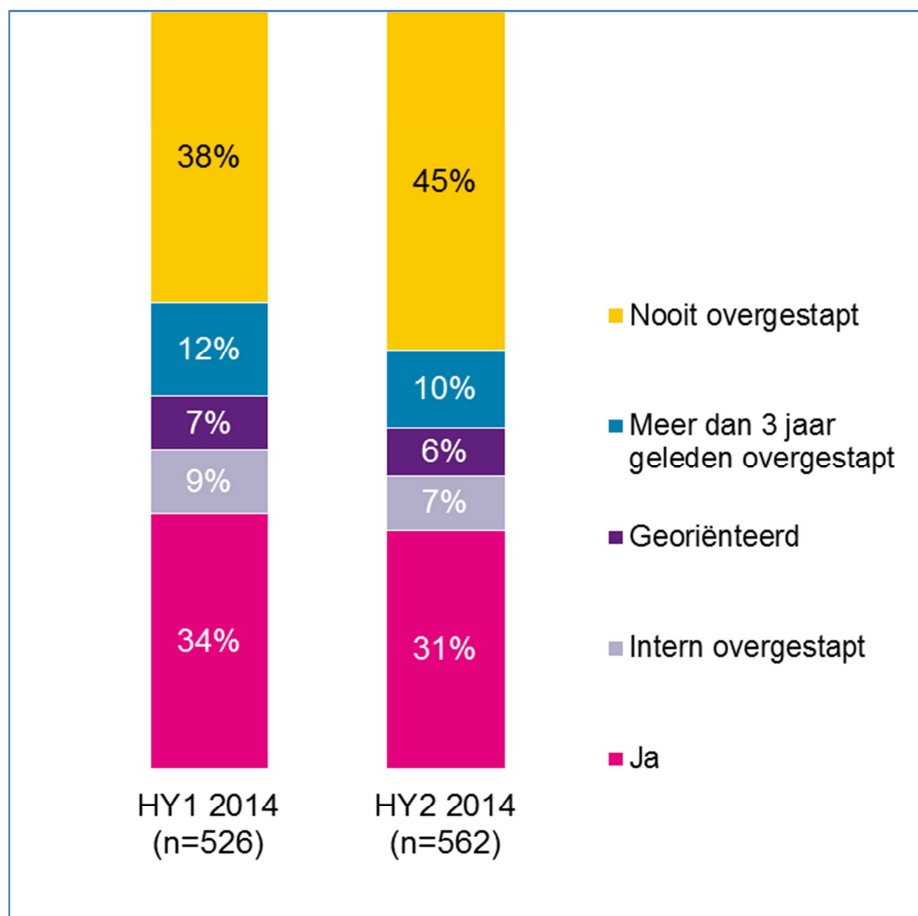
2.1 Aandeel overstappers en overstapbereidheid

Tussen 1 januari 2014 en 1 januari 2015 stapte 13,3% van alle huishoudens over naar een andere leverancier van elektriciteit en gas (figuur 3). In de vergelijkbare periode in 2013 stapte 12,2% over van elektriciteit en gas.



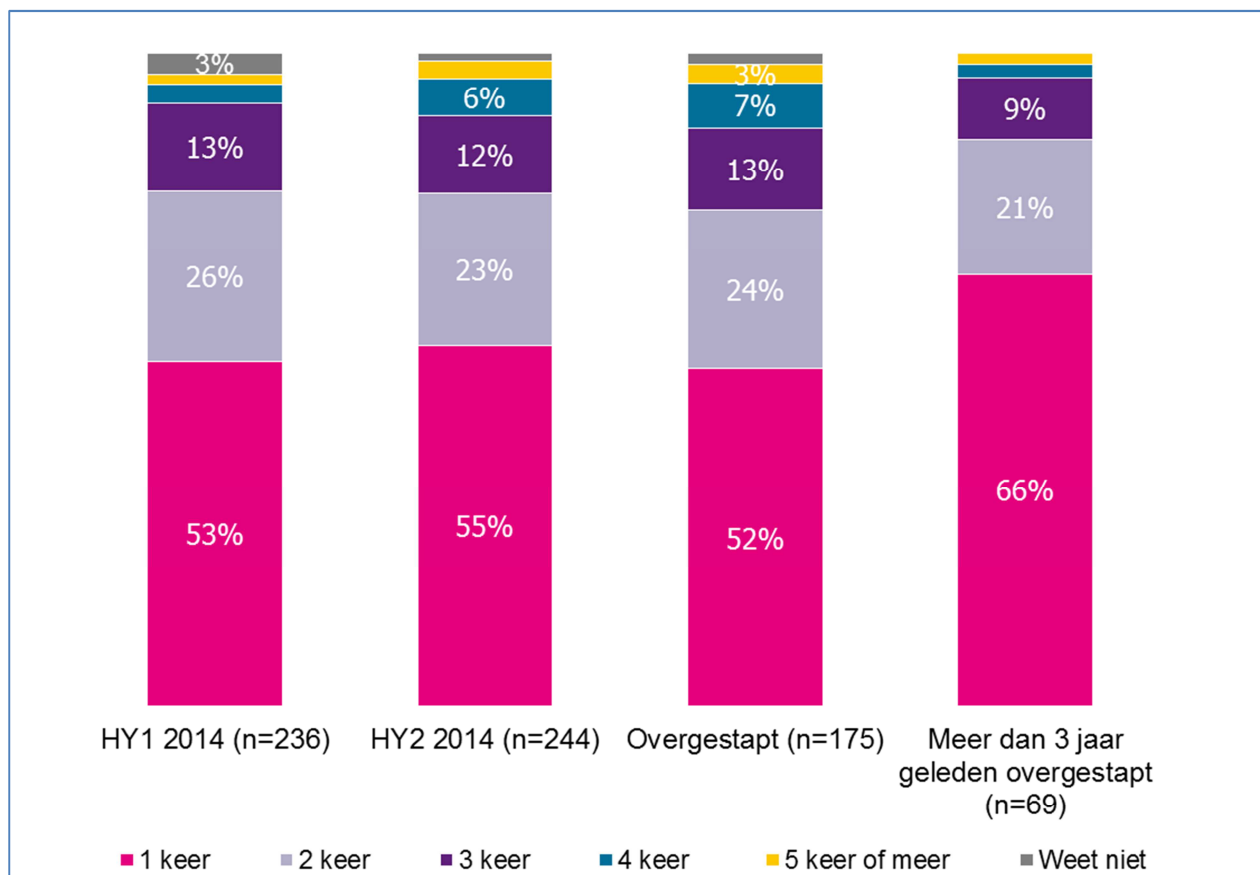
Figuur 3 Overstapperpercentage per jaar voor elektriciteit en gas tot 1 januari 2015 (bron: Energie-Nederland)

Van alle consumenten is ongeveer een derde niet langer dan drie jaar geleden overgestapt (figuur 4). Tien procent is meer dan drie jaar geleden overgestapt en zeven procent heeft een ander contract gekozen bij zijn eigen leverancier. Zes procent van alle consumenten geeft aan zich wel georiënteerd te hebben, maar niet te zijn overgestapt en 45% geeft aan nooit te zijn overgestapt.



Figuur 4 overstapgedrag consument (% van alle consumenten)

Inmiddels is, sinds de liberalisering van de energiemarkt in 2004, bijna de helft van alle consumenten overgestapt van energieleverancier of van contract gewisseld bij zijn eigen energieleverancier (figuur 4 – verschillen tussen de twee metingen zijn niet significant). Consumenten die ooit zijn overgestapt naar een andere energieleverancier hebben dit in iets meer dan de helft van de gevallen (55%) één maal gedaan (Figuur 5). 23% heeft dit twee maal gedaan en 12% drie keer. Gemiddeld zijn overstappende consumenten bijna 2 maal overgestapt (1,8) van energieleverancier.

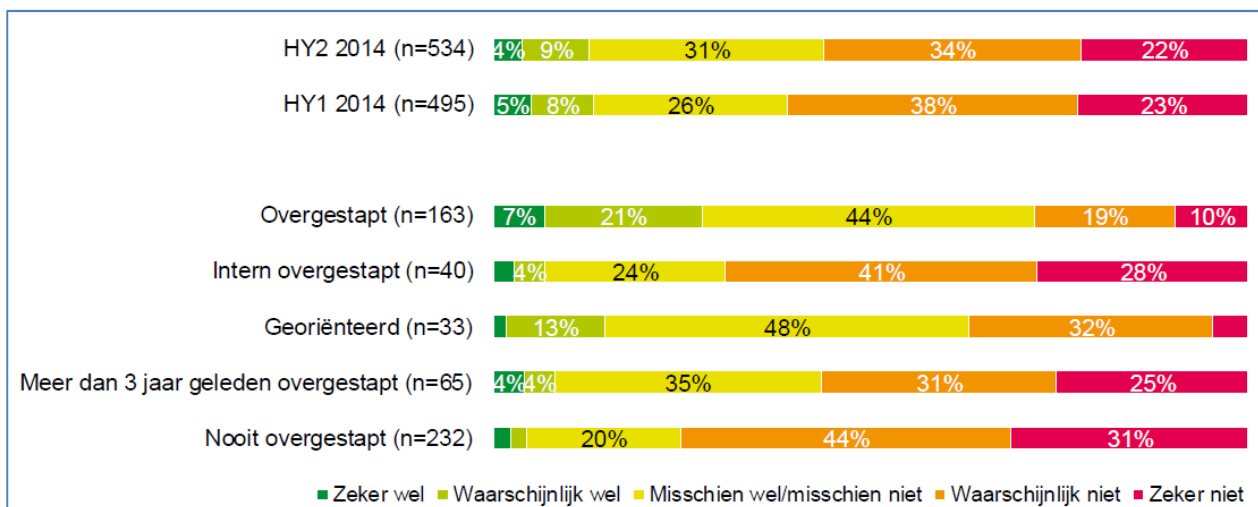


Figuur 5 Aantal malen dat consumenten overstappen (% van het totaal aantal overstappende consumenten)

In Europees perspectief behoort Nederland inmiddels tot respectievelijk de top 4 (voor elektriciteit) en de top 2 (voor gas) als het gaat om het percentage overstappende consumenten en scoort ruim boven het EU-gemiddelde van 6%.³

De overstapbereidheid is in de tweede helft van 2014 licht gestegen ten opzichte van de eerste helft van 2014. 44% van de consumenten geeft aan binnen nu en twee jaar zeker of misschien over te willen stappen naar een andere energieleverancier (figuur 6). Bij de groep consumenten die nooit is overgestapt blijft deze intentie het kleinst; 75% van deze consumenten geeft aan waarschijnlijk niet, of zeker niet, over te gaan stappen naar een andere energieleverancier.

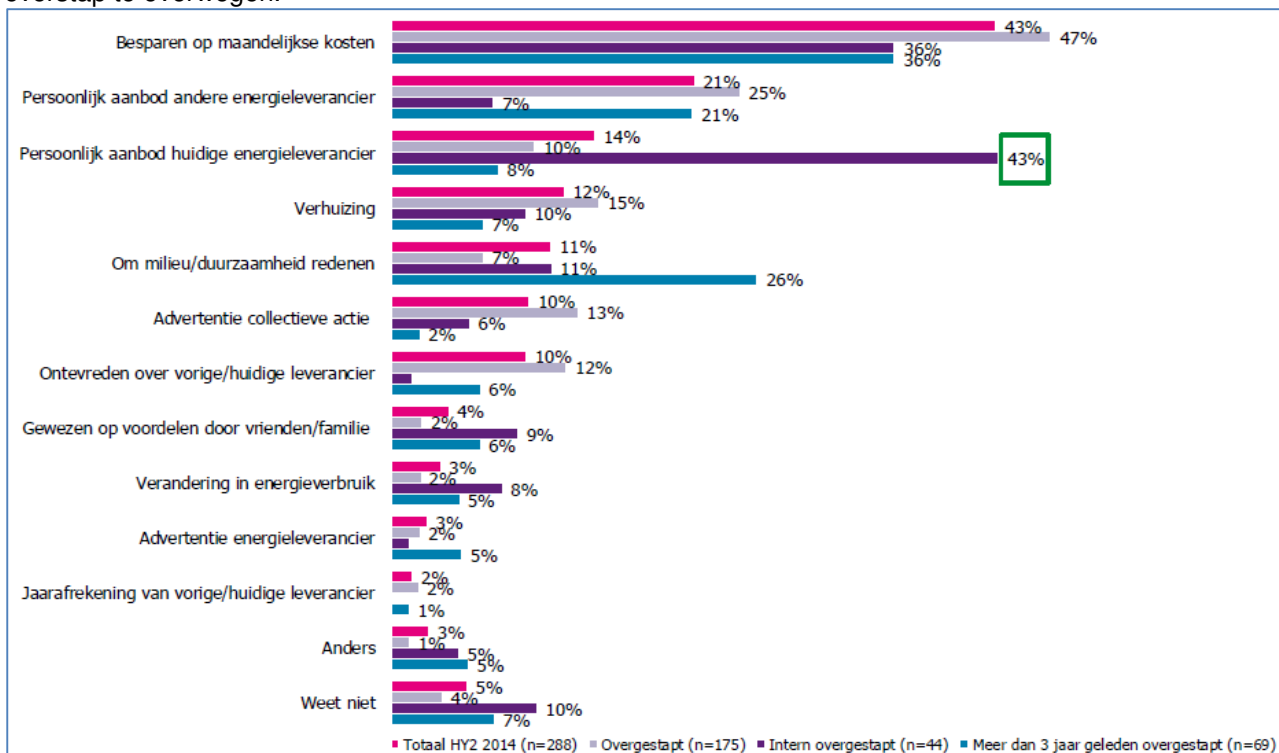
³ Bron: ACER/CEER Annual Report on the Results of Monitoring the Internal Electricity and Natural Gas Markets in 2013, zie ook: http://www.ceer.eu/portal/page/portal/EER_HOME/EER_WORKSHOP/CEER-ERGE%20EVENTS/CROSS-SECTORAL/ACER-CEER_MMR_2014



Figuur 6 Bereidheid om binnen nu en 2 jaar over te stappen naar een andere energieleverancier (%) van alle consumenten)

2.2 Redenen om over te stappen

Prijs blijft de belangrijkste aanleiding om een overstap te maken (figuur 7). Voor 47% van de overstappers is dit het geval. Voor 26% van de consumenten die langer dan 3 jaar geleden de overstap hebben gemaakt is de keuze voor een duurzame energieleverancier ook van belang geweest. Het blijkt ook dat een persoonlijk aanbod van de huidige energieleverancier voor een ander contract voor 43% van de interne overstappers een aanleiding is geweest om een overstap te overwegen.



Figuur 7 Aanleiding om een overstap te overwegen (basis: alle respondenten die (ooit) zijn overgestapt of zijn overgestapt bij hun eigen energieleverancier). Een groen omkaderd getal geeft



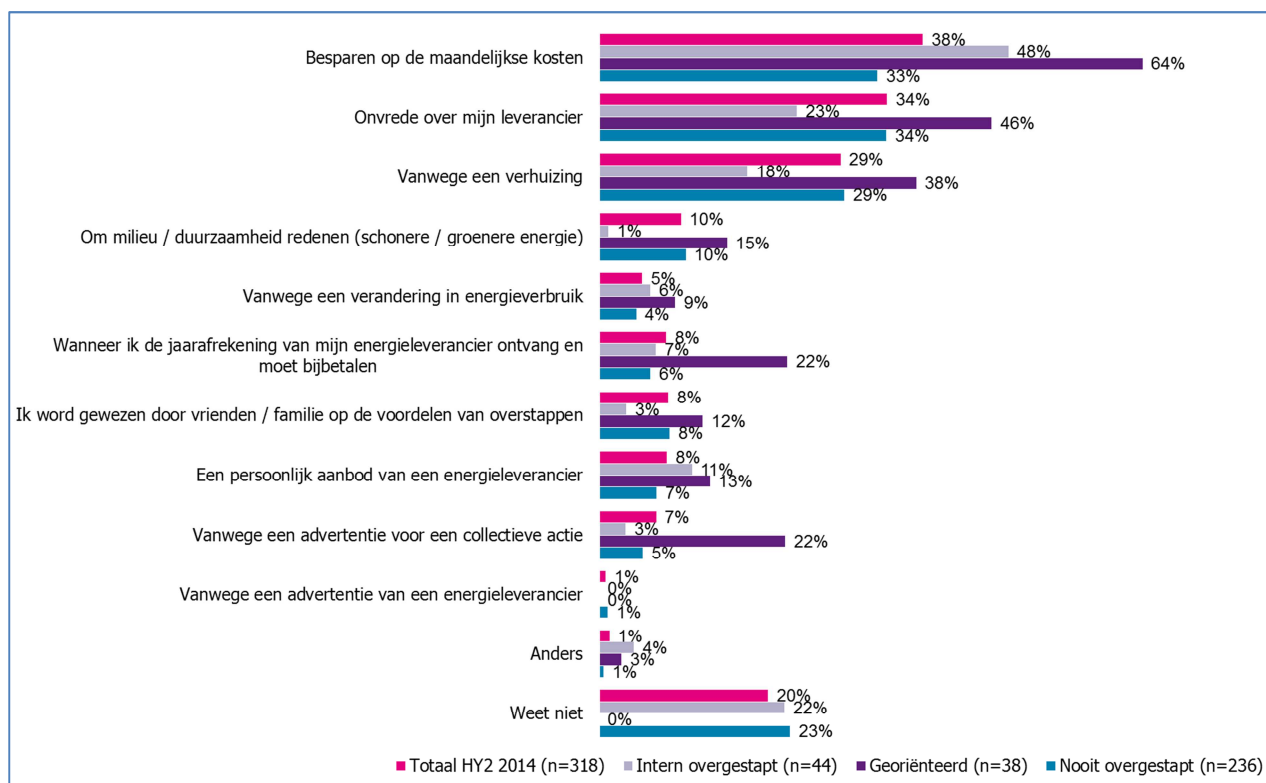
een significant verschil aan tussen de verschillende groepen consumenten.

2.3 Overstapdrempels

Consumenten zijn in overgrote meerderheid zeer te spreken over hun eigen energieleverancier (zie hoofdstuk 1). Deze tevredenheid is ook een grote overstapdrempel. 56% van de consumenten die nog nooit is overgestapt naar een andere energieleveranciers zegt niet over te stappen naar een andere energieleverancier omdat ze tevreden zijn met de huidige leverancier. Opmerkelijk is dat de groep consumenten die zich wel heeft georiënteerd, maar niet is overgestapt, meer dan andere groepen consumenten aangeeft dat zij geen verschil zien tussen energieleveranciers (48%), en bang zijn dat ze meer moeten betalen dan ze is beloofd (38%).

Voor de consument die nog nooit is overgestapt blijft de grote tevredenheid met de huidige leverancier de belangrijkste reden om geen overstap te overwegen. Mochten deze consumenten tóch een overstap willen overwegen, dan zou dit vooral uit onvrede over de huidige leverancier zijn, en uiteindelijk ook vanwege een besparing op de maandelijkse energiekosten (figuur 8). Voor de oriënterende consument zijn de momenten van verhuizen en het ontvangen van de jaarafrekening aanleidingen om in actie te komen. Bovendien blijkt deze groep gevoelig te zijn voor collectieve overstapinitiatieven.

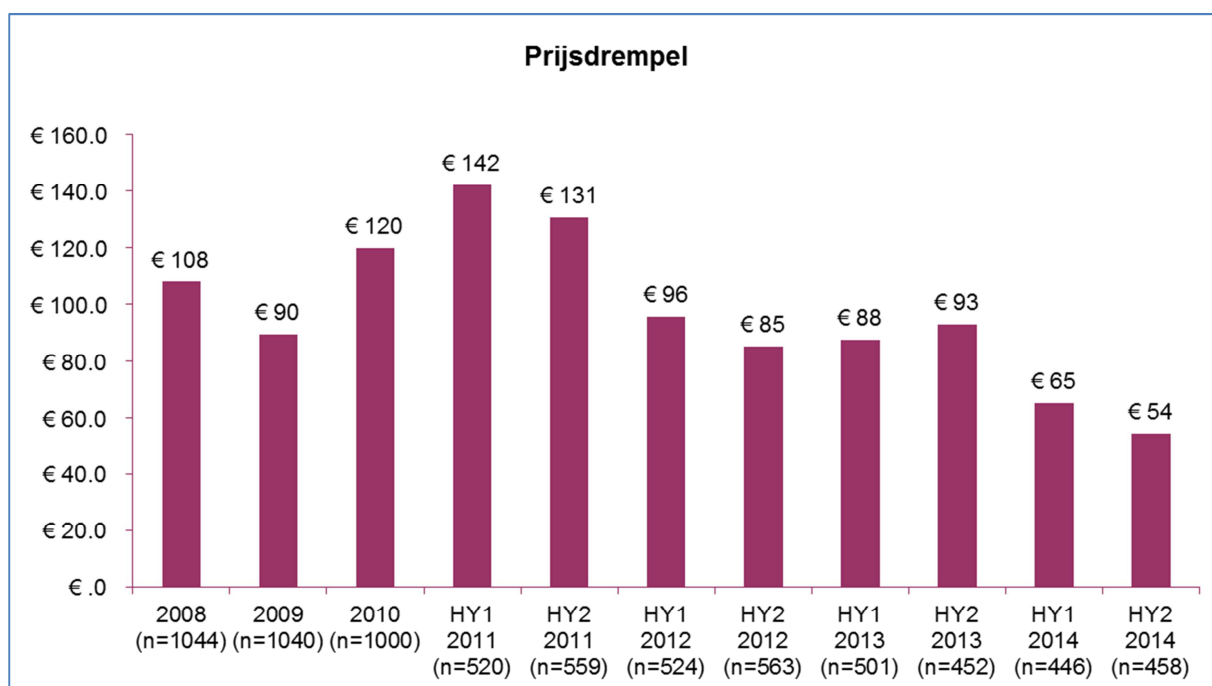
12/24



Figuur 8 Redenen om toch in actie te komen – niet overstappers (% consumenten die nog nooit zijn overgestapt naar een andere energieleverancier)



De prijsdrempel om over te stappen is in de tweede helft van 2014 verder gedaald naar €54 (figuur 9). De prijsdrempel is het verschil tussen wat consumenten wensen te besparen (€185), en verwachten te besparen (€131). De prijsdrempel is met name gedaald, omdat consumenten de kostenbesparing bij een overstap €10 hoger inschatten ten opzichte van een half jaar eerder. De werkelijke gemiddelde prijsvoordelen kunnen in sommige gevallen echter nog groter zijn (zie ook 3.4 Prijsverschillen).



Figuur 9 Prijsdrempel voor het maken van een overstap naar een andere leverancier (% consumenten die zullen overstappen op basis van prijsvoordeel)

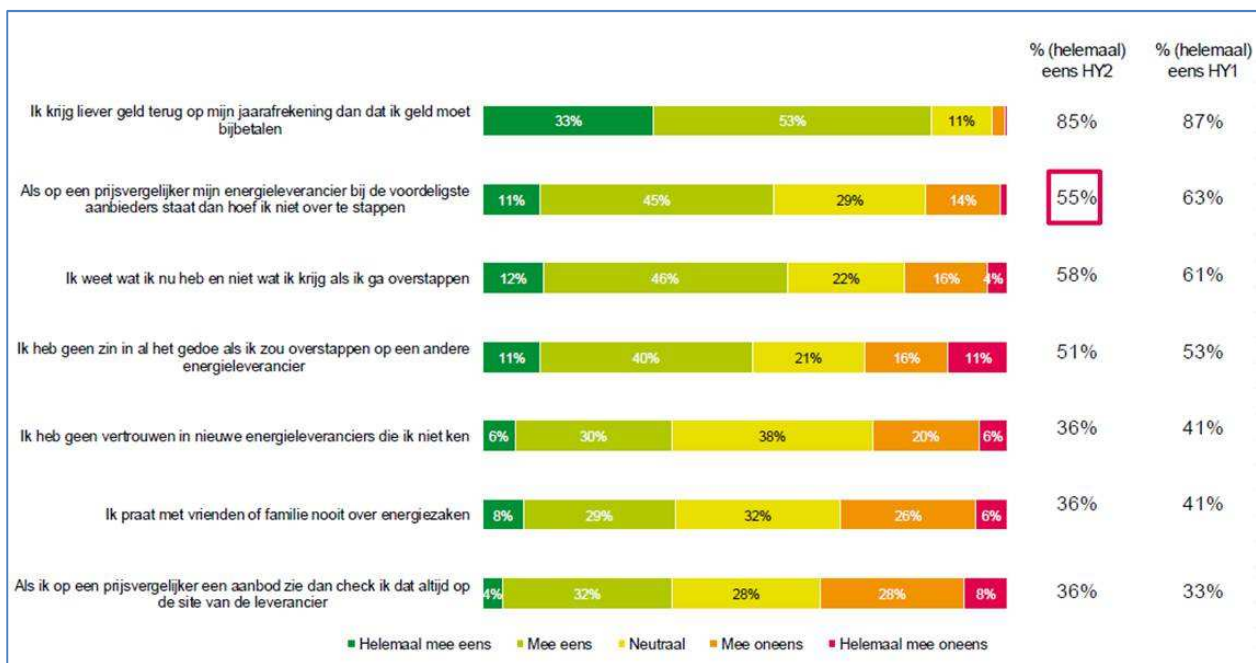
De tijd die consumenten nodig hebben voor het uitzoeken van een passende energieleverancier kan ook als een overstapdrempel gezien worden. Consumenten verwachten dat zij gemiddeld bijna 2½ uur nodig hebben. Consumenten die nog nooit zijn overgestapt schatten de te investeren tijd het hoogst in (2 uur en drie kwartier), de overgestapte consumenten het laagst (2 uur).

2.4 Consumentenpercepties en de energiemarkt

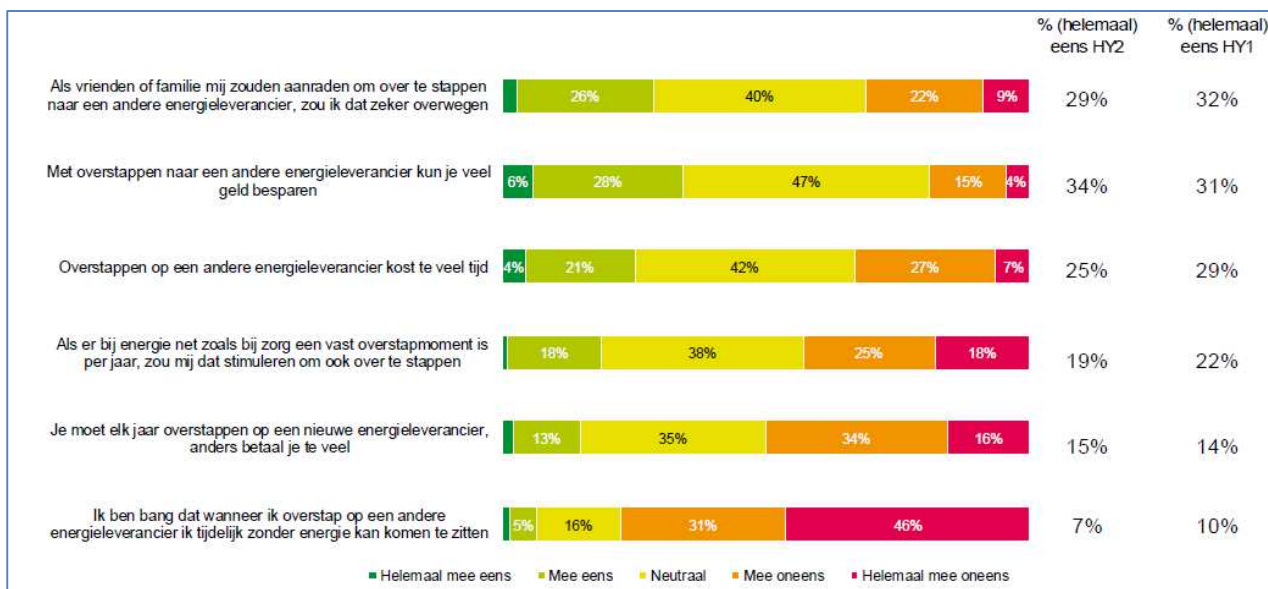
Figuren 10 en 11 geven de reacties van consumenten op stellingen weer die te maken hebben met een aantal stellingen. Deze stellingen zijn gekozen om een aantal mogelijke mispercepties over de energiemarkt te kunnen blootleggen. Deze mispercepties verhogen mogelijk de drempel om over te stappen naar een andere energieleverancier. Zo leeft bij een meerderheid van de consumenten (55%) het idee dat als de huidige energieleverancier bij de voordeligste aanbieders staat, hij niet hoeft over te stappen. Dit is een misvatting omdat het huidige contract van de consument, zeker van de groep consumenten die nooit is overgestapt, niet bij de meest



voordelige aanbiedingen staat. De hoeveelheid consumenten die dit denken lijkt wel iets af te nemen in tweede helft van 2014.



Figuur 10 Stellingen over consumenten en overstappen (% van alle respondenten). Een rood omkaderd getal geeft een significant verschil aan tussen de twee metingen.



Figuur 11 Stellingen over consumenten en overstappen (% van alle respondenten)

De meeste consumenten lijken het overstappen naar een andere energieleverancier te associëren met gedoe. Ongeveer de helft van de consumenten (51%) heeft geen zin in 'al het gedoe' bij het overstappen naar een andere energieleverancier. Ook blijkt dat de meerderheid



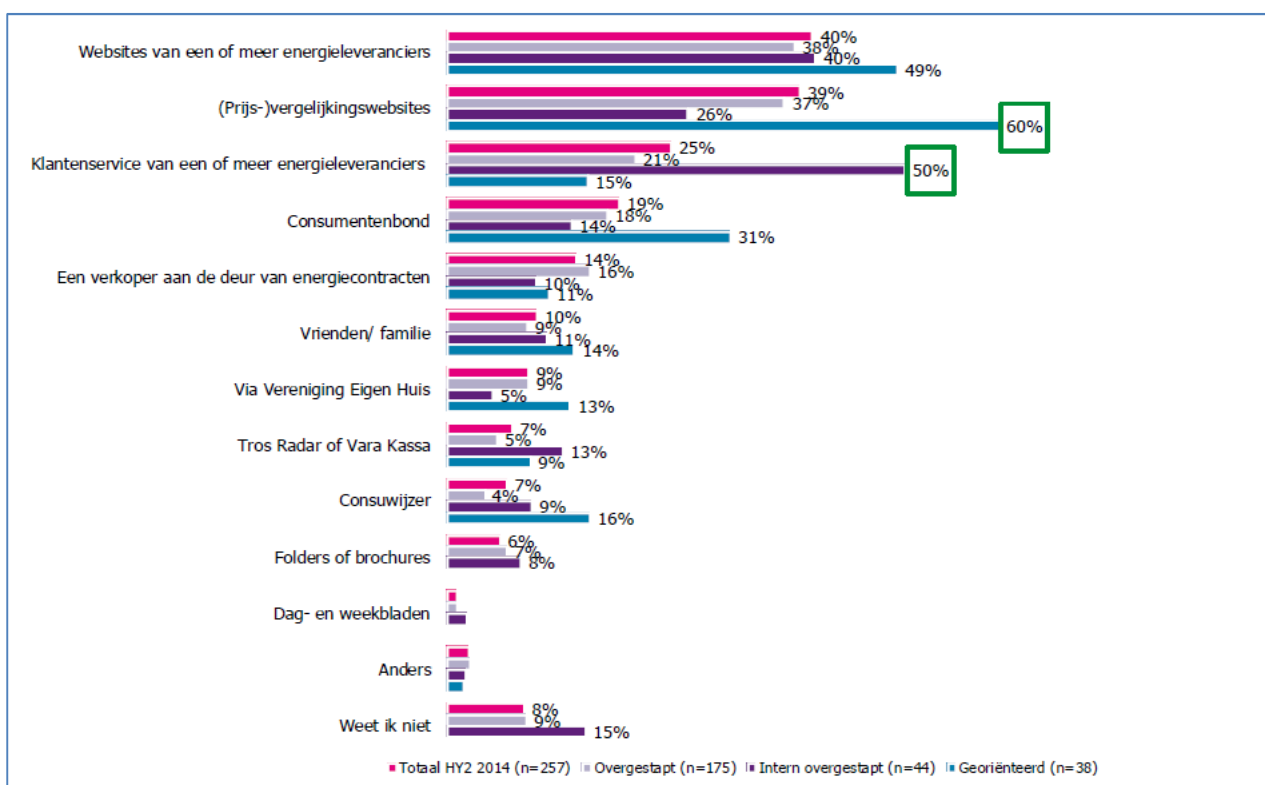
van de consumenten (58%) weet wat hij nu heeft en niet te kunnen inschatten wat hij krijgt bij een overstap.

Tenslotte blijkt energie nog geen onderwerp waarover wordt gepraat met vrienden of familie, 32% van de consumenten doet dit wel. Een advies van familie of vrienden om over te stappen verhoogt echter wel de overstapintentie; 29% van de consumenten zou een overstap absoluut overwegen na een dergelijk advies. Zonder zo'n advies blijft de overstapintentie om zeker over te stappen op 13% steken (figuur 6).



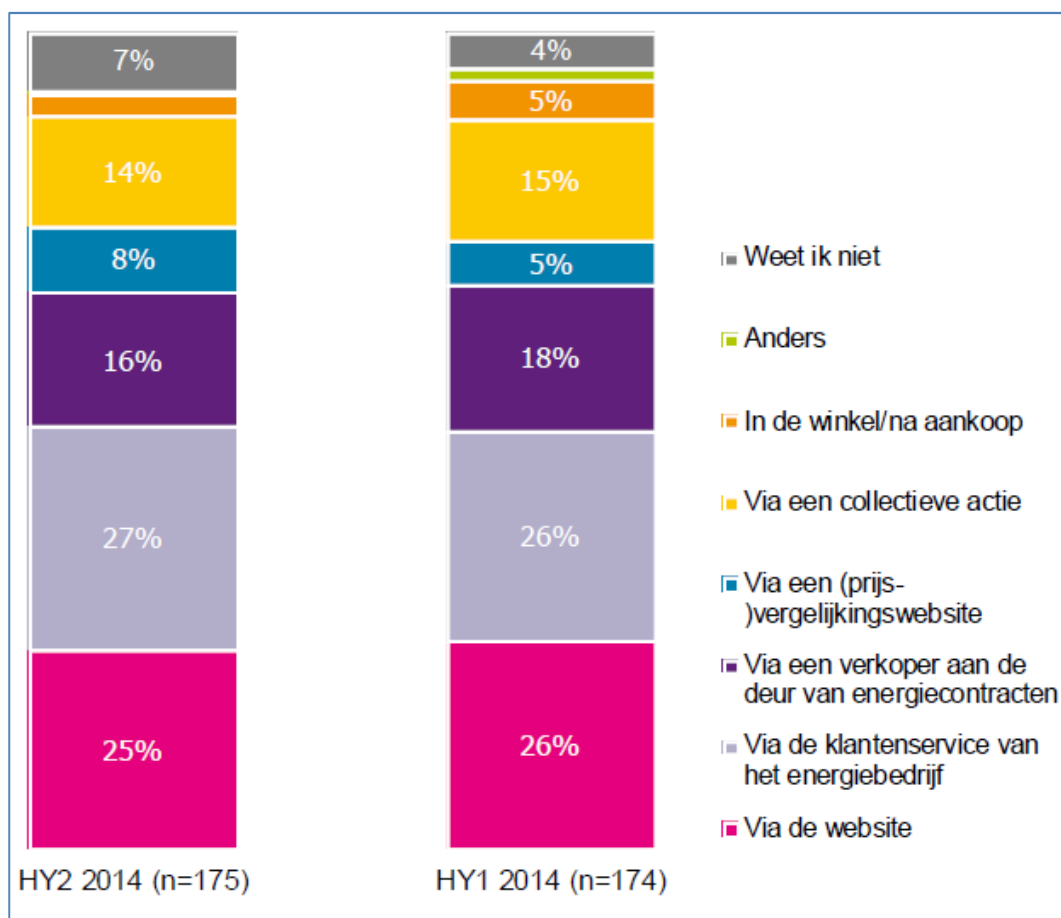
3 Informatiebehoefte

Websites van energieleveranciers en prijsvergelijkers blijven de meest gebruikte informatiebronnen voor consumenten (figuur 12). Met name voor consumenten die zich alleen georiënteerd hebben zijn prijsvergelijkers een veel gebruikte bron van informatie, net als de Consumentenbond. Het lijkt erop dat consumenten die intern zijn overgestapt zijn dit met name hebben gedaan na gecontacteerd te zijn door de eigen energieleverancier.



Figuur 12 Gebruikte informatiebronnen (basis: alle respondenten die zijn overgestapt (bij hun eigen energieleverancier) of zich alleen hebben georiënteerd. Een groen omkaderd getal geeft een significant verschil aan tussen de verschillende groepen consumenten.

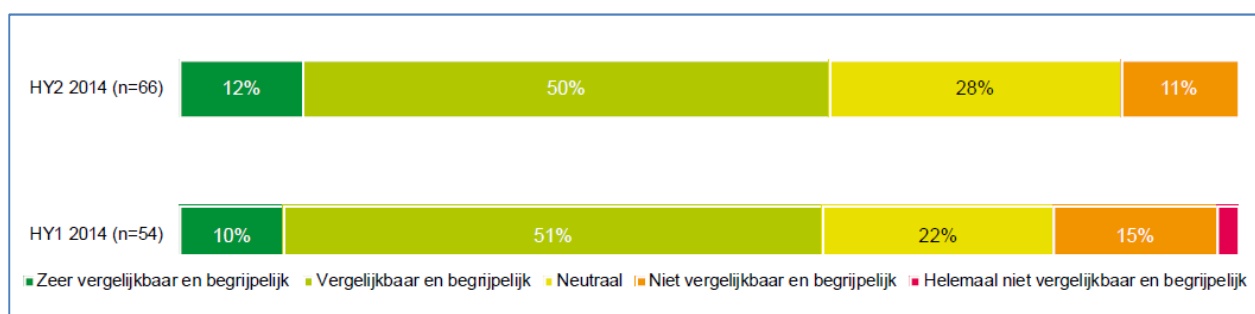
Het oriëntatiekanaal komt niet per sé overeen met het kanaal waar het uiteindelijke contract wordt gesloten. De grootste groep consumenten die is overgestapt sluit het contract af via de klantenservice van de energieleverancier, of via de website van een energieleverancier (figuur 14). 16% van de overstappers sluit het contract via een verkoper aan de deur en 14% via een collectieve actie. Slechts 8% sluit het contract via een prijsvergelijker, terwijl dit wél een belangrijk kanaal is in de oriëntatiefase.



17/24

Figuur 13 Kanaal afsluiten contract (basis: alle respondenten die zijn overgestapt)

De aangeboden informatie op websites van prijsvergelijkers wordt door een meerderheid (62%) van de consumenten die ervan gebruik hebben gemaakt als vergelijkbaar en begrijpelijk (figuur 14).

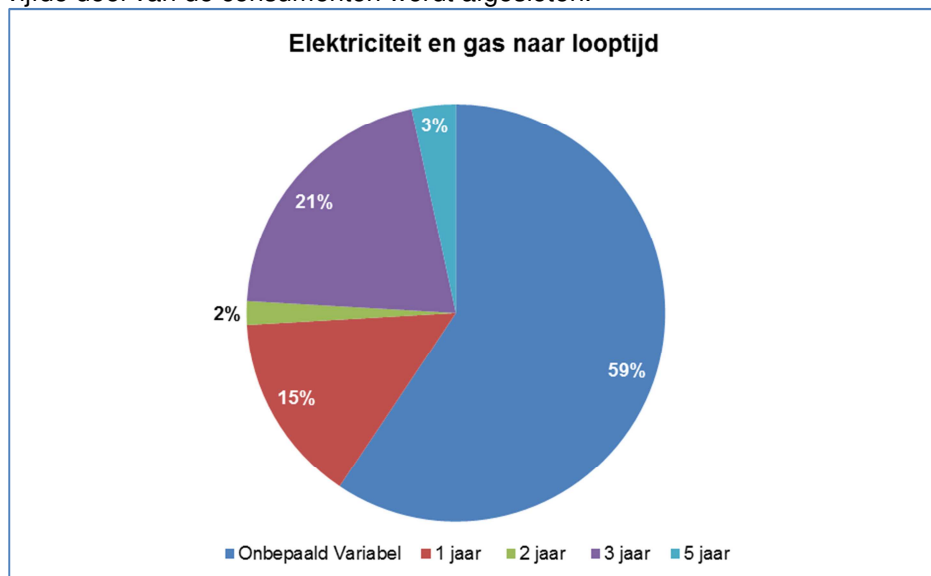


Figuur 14 Vergelijkbaarheid en begrijpelijkheid informatie op prijsvergelijkers (basis: alle consumenten die zich hebben georiënteerd via een prijsvergelijker)



4 Producten

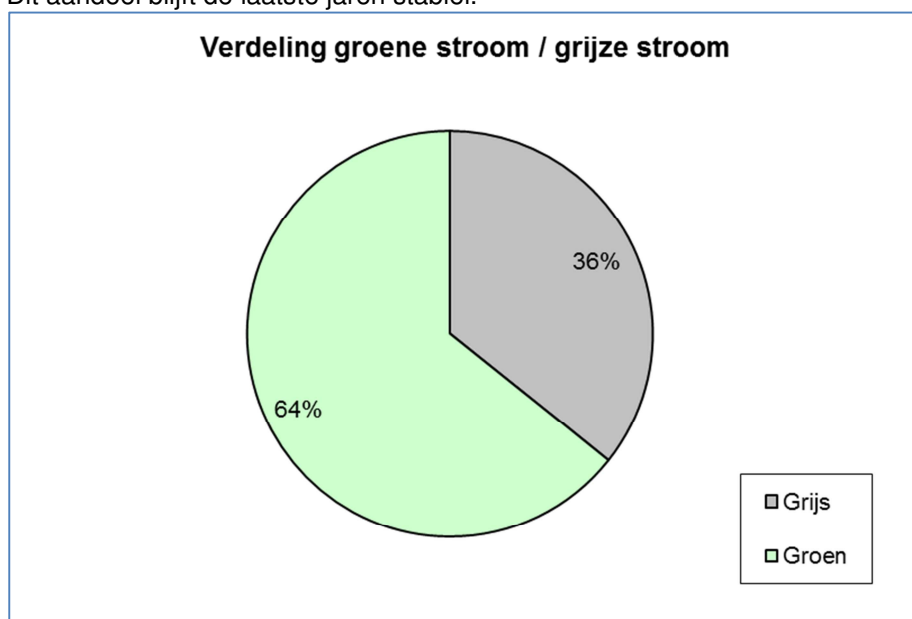
De grootste groep consumenten (59%) heeft op 1 januari 2015 een contract voor gas en elektriciteit met een onbepaalde looptijd en variabel tarief (figuur 15). De verdeling is sinds de eerste helft van 2014 nagenoeg ongewijzigd gebleven; contracten voor twee en vijf jaar worden mondjesmaat afgenomen, terwijl 1-jarige en 3-jarige contracten door respectievelijk 15% en een vijfde deel van de consumenten wordt afgesloten.



Figuur 15 Soort contract naar looptijd, afname door consument (bron: leveranciers)

4.1 Duurzame producten

Het merendeel van de Nederlandse consument heeft een contract voor groene stroom (64%). Dit aandeel blijft de laatste jaren stabiel.



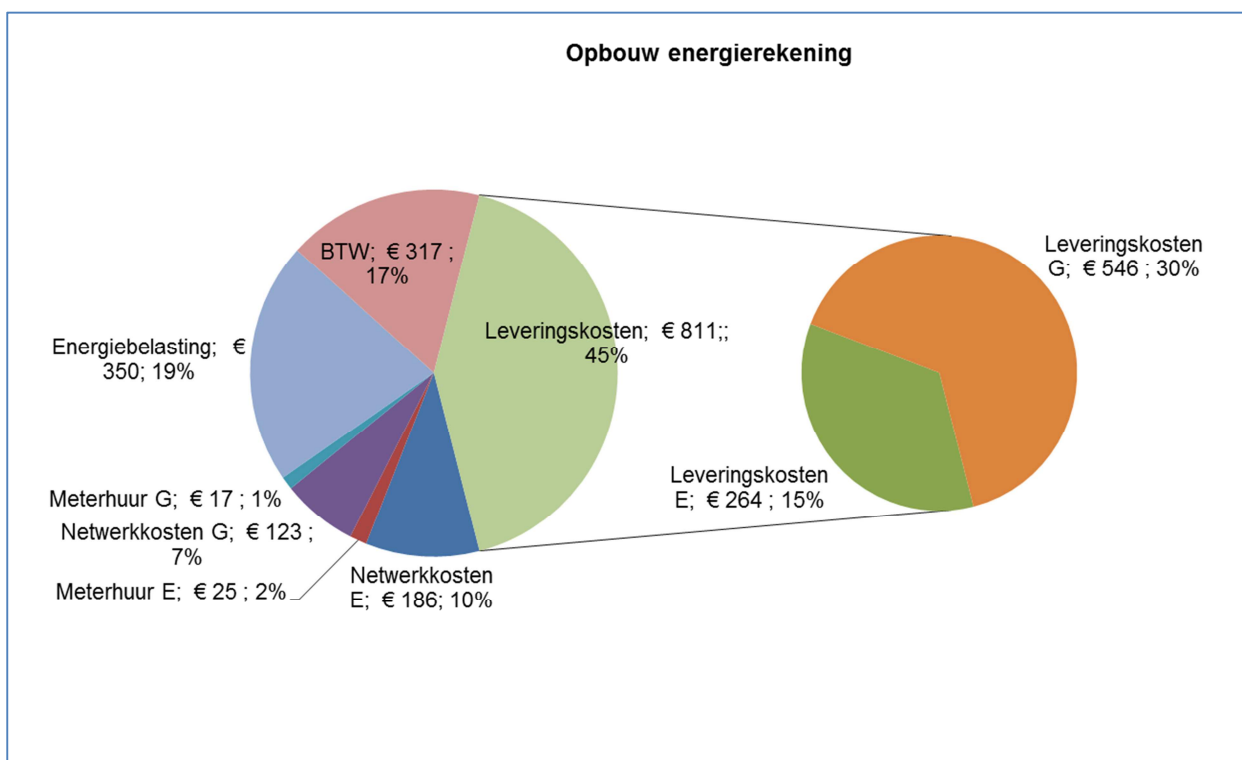
Figuur 16 Groene en grijze stroomcontracten voor huishoudelijke afnemers (bron: leveranciers)



5 Prijzen en prijsverschillen

5.1 Opbouw energierekening

De totale energierekening van een gemiddeld Nederlands huishouden⁴ bedroeg op 1 januari 2015 €1686 (figuur 17). Een jaar eerder was deze rekening gemiddeld €1727. De opbouw van de energierekening blijft nagenoeg ongewijzigd, waarbij de leveringskosten 45% uitmaken van de totale energierekening, en de netwerk- en meterkosten 19%, en belastingen 36%.



Figuur 17 Opbouw energierekening voor een gemiddeld huishouden op 1 januari 2015 (bron:

5.2 De energieprijzen: perceptie consument

Een meerderheid van alle consumenten (64%) beoordeelt de energieprijs als hoog, of erg hoog. Vooral consumenten die zich alleen hebben georiënteerd op de markt vinden dit (77%). Consumenten die nog nooit zijn overgestapt beoordelen de energieprijzen vaker als redelijk of precies goed.

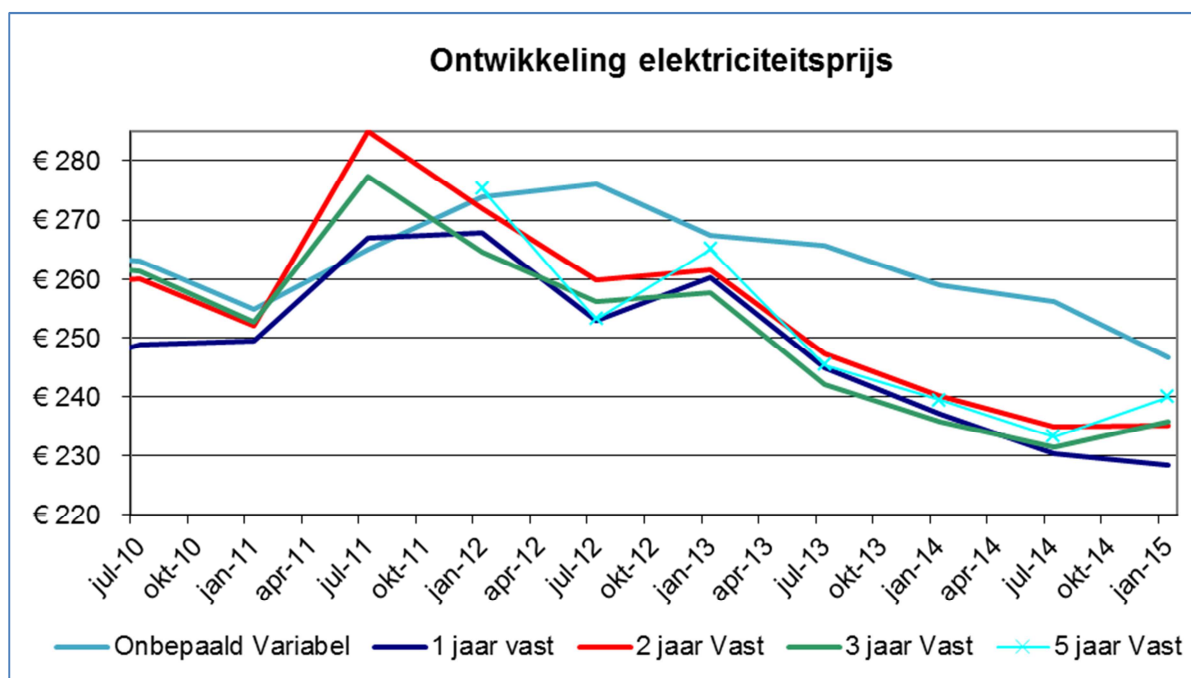
5.3 Prijzen elektriciteit en gas

De prijs van een contracten voor onbepaalde termijn zijn voor een gemiddeld huishouden tussen 1 januari 2014 en januari 2015 het sterkst gedaald. Een gemiddeld huishouden betaalde

⁴ Het jaarverbruik van een gemiddeld huishouden is 3312 kWh elektriciteit en 1484 m3 gas (bron: CBS)



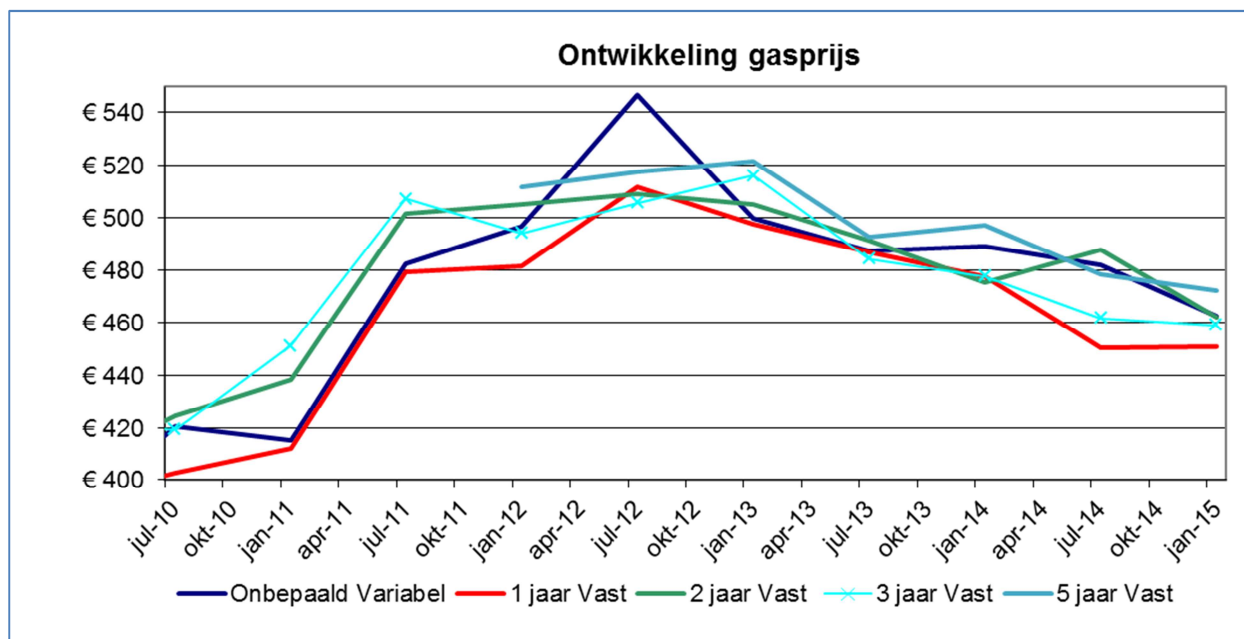
op 1 januari 2014 voor een onbepaalde termijn contract €259 en op 1 januari 2015 €247⁵. De contracten voor een bepaalde termijn voor elektriciteit zijn gemiddeld gedaald of gelijk gebleven (figuur 18). De contracten voor een jaar zijn tussen 1 januari 2014 en 1 januari 2015 gedaald van €237 naar €228, de 2-jaarcontracten zijn gedaald van €240 naar €235 en de 3- en 5-jaarscontracten zijn stabiel gebleven (respectievelijk €235 en €239)



Figuur 18 Ontwikkeling gemiddelde jaarkosten voor grijze stroom voor een gemiddeld huishouden

De gemiddelde gasprijzen voor onbepaalde tijd contracten zijn op 1 januari 2015 met €462 sterk gedaald ten opzichte van 1 januari 2014 (€489) (figuur 19). De geldt ook voor de gemiddelde prijzen voor bepaalde tijd contracten. Contracten voor 1 jaar zijn gemiddeld met €26 gedaald (van €478 naar €451). Contracten voor 2 jaar zijn gedaald van €475 naar €462, en contracten voor 3 jaar zijn gedaald van €478 naar €459. De 5-jaarscontracten zijn gedaald van €479 naar €472.

⁵ De elektriciteits- en gasprijs is uitgedrukt in kosten per jaar voor het jaarverbruik van gemiddeld huishouden. De weergegeven jaarkosten is het leveringstarief exclusief belastingen.



Figuur 19 Ontwikkeling gemiddelde jaarkosten voor gas voor een gemiddeld huishouden

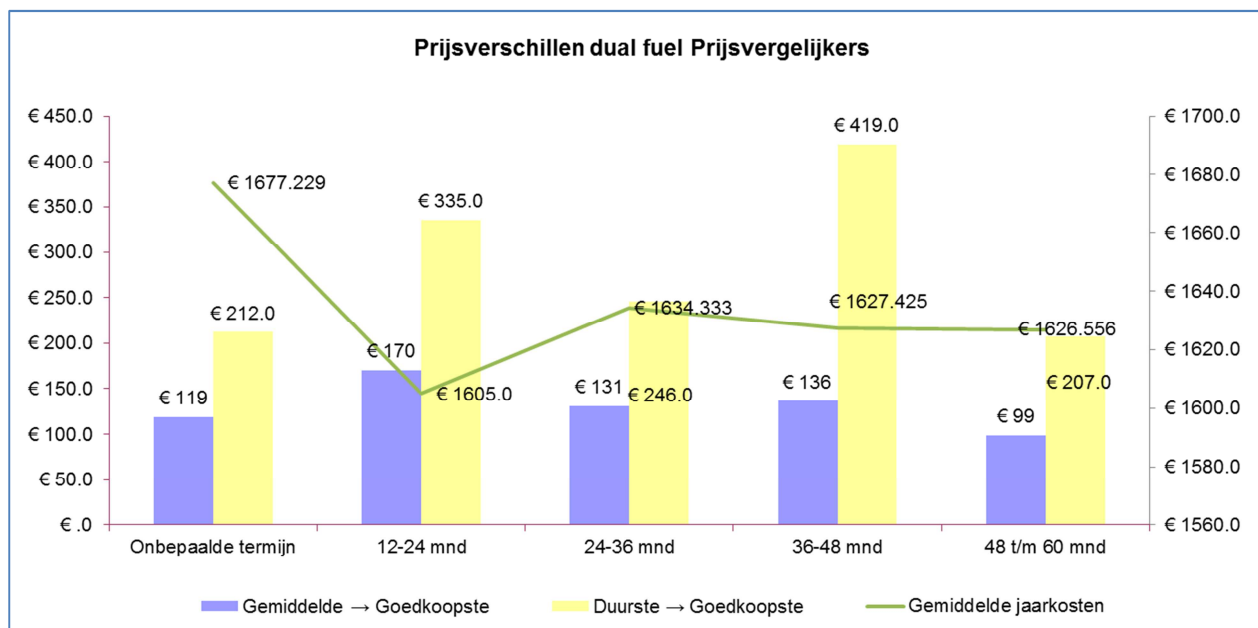
21/24

5.4 Prijsverschillen

Prijsvergelijkers voor energie werden in de tweede helft van 2014 door bijna 40% van de consumenten geraadpleegd als eerste oriëntatie op de energiemarkt. Deze websites zijn dan ook een aantrekkelijk middel voor veel energiebedrijven om hun contracten aan te bieden. Als gevolg hiervan zijn de grootste prijsverschillen meestal te vinden op de websites van prijsvergelijkers. Dit zijn prijsverschillen voor dual fuel contracten (contracten waarbij zowel elektriciteit als gas wordt afgenomen). De meeste huishoudens in Nederland hebben een contract voor dual fuel.

In een momentopname in maart 2015 zijn de grootste prijsverschillen aangetroffen bij contracten voor een bepaalde termijn van 36 tot 48 maanden (figuur 20). Het verschil tussen het duurste en goedkoopste contract betrof voor een gemiddeld huishouden €419 per jaar⁶. Dit was in september 2014 ook het geval. De gemiddelde prijs van een contract voor 12 tot 24 maanden is het laagst: €1605.

⁶ Er is gebruik gemaakt van een standaardjaarverbruik van een gemiddeld huishouden van 3331 kWh elektriciteit en 1314 m³ gas.



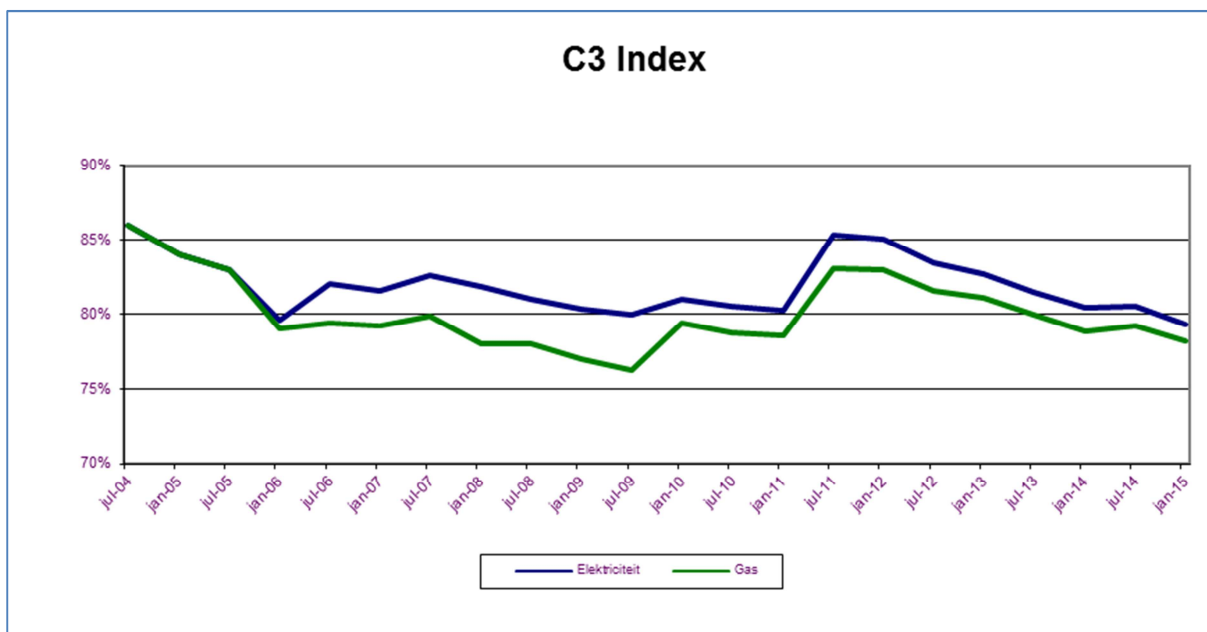
Figuur 20 Prijsverschillen van alle dual fuel contracten op twee prijsvergelijkers (peildatum maart 2015)

22/24



6 Concentratie van de markt

De elektriciteits- en gasmarkt voor consumenten blijft een geconcentreerde markt. De C3-index⁷ en de HHI⁸ voor elektriciteit en gas in de tweede helft van 2014 verder gedaald (figuur 21 en 22). De C3-index voor elektriciteit was op 1 januari 2015 79,4% voor elektriciteit (op 1-1-2014 80,5%) en 78,2% voor gas (was op 1-1-2014 78,9%). De HHI bedroeg op 1 juli 2014 respectievelijk 2171 voor elektriciteit en 2120 voor gas.

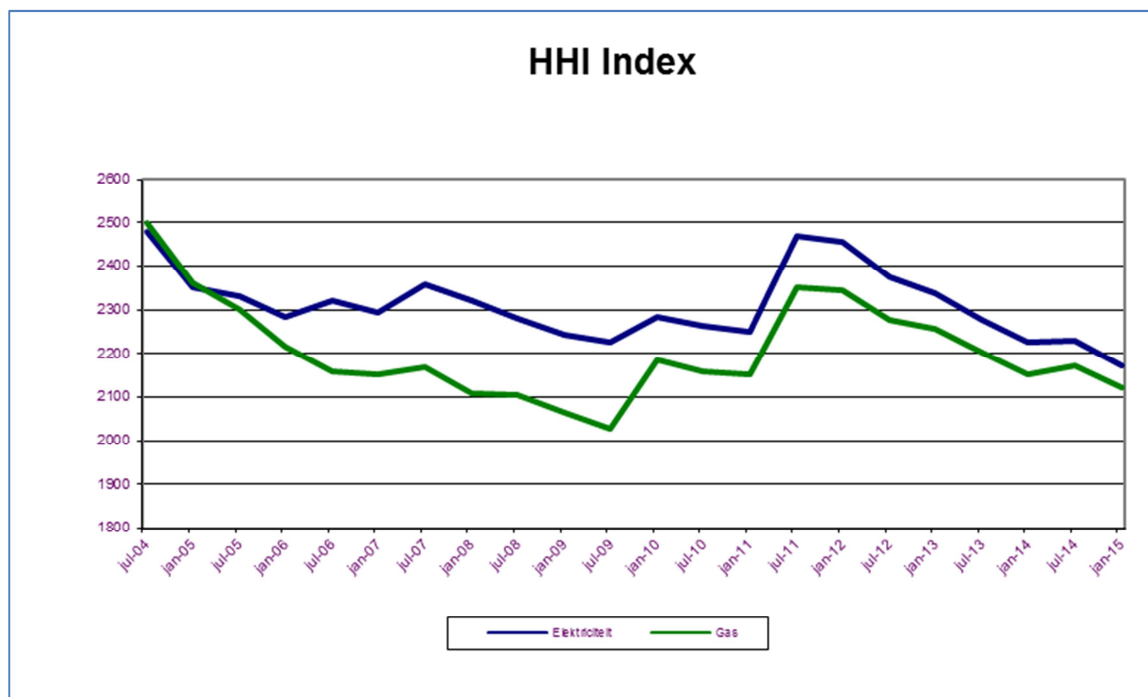


Figuur 21 Ontwikkeling van de C3-index sinds de marktopening (bron: leveranciers)

23/24

⁷ De C3-index is het marktaandeel van de drie grootste bedrijven op holdingniveau op de energiemarkt voor consumenten en kleinzakelijke afnemers (kleinverbruikers).

⁸ De Herfindahl-Hirschman index is gelijk aan de som van de gekwadeerde marktaandelen in procenten. Een toename in de HHI kan duiden op een afname van de mate van concurrentie. Een afname van de HHI kan duiden op toegenomen concurrentie. Bij de berekening van de indices op de kleinverbruikersmarkt voor elektriciteit en gas is uitgegaan van de marktaandelen van "moedermaatschappijen". Leveranciers die onder een zelfde moeder vallen, zijn tot een en dezelfde maatschappij gerekend.



Figuur 22 Ontwikkeling van de HHI sinds de marktopening (bron: leveranciers)